

**PENGARUH GAYA HIDUP (*LIFESTYLE*) TERHADAP KOMITMEN
PELANGGAN DALAM MENGGUNAKAN JASA FITNES PADA
THE BODY ART AEROBIC, FITNESS AND SWIMMING POOL
DI SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi sebagai persyaratan memperoleh Gelar Sarjana
Ilmu Administrasi Bisnis pada FISIP UPN “Veteran” Jawa Timur**



Disusun Oleh :

ROHMANDIAN
0642010111

**YAYASAN KESEJAHTERAAN PENDIDIKAN DAN PERUMAHAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA**

2010

**PENGARUH GAYA HIDUP (*LIFESTYLE*) TERHADAP KOMITMEN
PELANGGAN DALAM MENGGUNAKAN JASA FITNES PADA
THE BODY ART AEROBIC, FITNESS AND SWIMMING POOL
DI SURABAYA**

Oleh :

Rohmandian
0642010111

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh tim penguji skripsi
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Pada Tanggal 10 juni 2010

PEMBIMBING

Dra. Ety Dwi Susanti M.Si
NIP : 030 227 786

TIM PENGUJI

1. Ketua

Dra. Ety Dwi Susanti M.Si
NIP : 030 227 786

2. Sekretaris

Dra. Sonja Andarini M.Si
NIP : 030 223 612

3. Anggota

Susi Hariyawati, S.Sos,M.Si
NIP : 030 213 768

Mengetahui
DEKAN

Dra. Ec. Hj. Suparwati, M.Si
NIP : 030 175 349

**PENGARUH GAYA HIDUP (*LIFESTYLE*) TERHADAP KOMITMEN
PELANGGAN DALAM MENGGUNAKAN JASA FITNES PADA
THE BODY ART AEROBIC, FITNESS AND SWIMMING POOL
DI SURABAYA**

Disusun Oleh :

Rohmandian
0642010111

Telah di setujui untuk mengikuti ujian Skripsi

**Menyetujui,
Pembimbing**

Dra. Ety Dwi Susanti M.Si
NIP. 030 227 786

**Mengetahui,
DEKAN**

Hj. Suparwati, Dra, M.Si
NIP. 030 175 349

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran ALLAH SWT, yang telah memberikan rahmat dan hidayahNYA sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu. Dengan ini penulis mengambil judul dalam penyusunan skripsi yaitu **Pengaruh Gaya Hidup (*Lifestyle*) Terhadap Komitmen Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Fitnes pada *The Body Art Aerobic, Fitness and Swimming Pool* di Surabaya.**

Pada kesempatan ini tak lupa penulis mengucapkan terima kasih atas bantuan dan dukungan dalam penyusunan skripsi ini. Terutama sekali penulis ucapkan terima kasih kepada Ibu Ety Dwi Susanti, Dra, M.Si selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing dan mengarahkan penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Selain itu penulis juga menyampaikan terima kasih atas segala bantuannya kepada :

1. Ibu Hj. Suparwati, Dra, M.Si selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Sadjudi, Drs, SE, M.Si selaku ketua program studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Nurhadi, Drs, M.Si. selaku sekretaris program studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

4. Kedua orang tua penulis, atas segala doa, dorongan, semangat dan juga kasih sayang serta kesabaran yang tiada henti dalam mendukung menyelesaikan proposal penelitian ini.
5. Bapak Aryo Agus Sudanto dan Ibu Luluk Hidayati SH. selaku pemilik *The Body Art Aerobic, Fitness and Swimming Pool* yang sudah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian.
6. Bapak Bagus Dwi Nurcahyadi selaku manager *The Body Art Aerobic, Fitness and Swimming Pool* yang telah meluangkan waktunya untuk membantu memberi data dalam penyusunan laporan ini.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari masih ada kekurangan baik dalam segi teknis maupun segi materi penyusunannya, untuk itu penulis senantiasa bersedia dan terbuka menerima saran maupun kritik yang tentunya bersifat membangun dalam penyempurnaan skripsi ini.

Akhirnya penulis mengucapkan terima kasih, serta besar harapan dari penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Surabaya, Juni 2010

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
ABSTRAKSI.....	x
 BAB I : PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
 BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Landasan Teori.....	9
2.2.1 Pengertian Pemasaran.....	9
2.2.2 Pengertian Konsep Pemasaran.....	10
2.2.3 Pengertian Jasa.....	12
2.2.4 Konsep Jasa.....	12
2.2.5 Karakteristik Jasa.....	13
2.2.6 Faktor-Faktor Yang Menjadi Kunci Sukses Jasa	14
2.2.7 Gaya Hidup (<i>Lifestyle</i>).....	15
2.2.7.1 Teori Pengukuran gaya Hidup.....	17
2.2.7.2 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Komitmen Pelanggan.....	18

2.2.8 Perilaku Konsumen.....	19
2.2.9 Faktor-Faktor Yang Mendasari Perilaku Konsumen.....	21
2.2.10 Kepuasan Pelanggan.....	24
2.2.11 Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Terhadap Komitmen....	26
2.3 Kerangka Berpikir.....	27
2.4 Hipotesis.....	28

BAB III : METODELOGI PENELITIAN

3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	29
3.2 Populasi, Sampel dan Penarikan Sampel.....	31
3.2.1 Populasi.....	31
3.2.2 Sampel dan Teknik Penarikan Sampel.....	32
3.3 Teknik Pengumpulan data.....	33
3.4 Pengumpulan Data.....	34
3.5 Uji Validitas dan Reabilitas.....	34
3.5.1 Uji Validitas.....	34
3.5.2 Uji Reabilitas.....	36
3.6 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis.....	37
3.6.1 Teknik Analisis.....	37
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	37
3.6.3 Uji Hipotesis.....	42

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	47
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	47
4.1.2 Struktur Organisasi.....	49
4.2 Penyajian Data.....	51

4.2.1 Analisis Deskriptif Karakteristik Responden.....	52
4.2.2 Analisis Deskriptif Terhadap Variabel Aktivitas.....	55
4.2.3 Analisis Deskriptif Terhadap Variabel Minat.....	56
4.2.4 Analisis Deskriptif Terhadap Variabel Opini.....	57
4.2.5 Analisis Deskriptif Terhadap Variabel Komitmen Pelanggan..	58
4.3 Pengujian Validitas dan Reabilitas data.....	59
4.3.1 Pengujian Validitas.....	59
4.3.2 Pengujian Reabilitas.....	60
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	61
4.4.1 Autokorelasi.....	62
4.4.2 Multikolinieritas.....	62
4.4.3 Heteroskedastisitas.....	63
4.5 Pengujian Hipotesis.....	65
4.5.1 Koefisien Determinasi.....	66
4.5.2 Uji F (Simultan).....	67
4.5.3 Uji t (Parsial).....	69
4.6 Pembahasan.....	74

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	79
5.2 Saran.....	80

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Tabel Umur Responden.....	52
Tabel 4.2	Tabel Deskripsi Jenis Kelamin Responden.....	53
Tabel 4.3	Tabel Deskripsi Pendidikan Responden.....	54
Tabel 4.4	Tabel Deskripsi Pekerjaan Responden.....	54
Tabel 4.5	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Aktifitas (X1).....	55
Tabel 4.6	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Minat (X2).....	56
Tabel 4.7	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Opini (X3).....	57
Tabel 4.8	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Komitmen Pelanggan.....	58
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas.....	60
Tabel 4.10	Hasil Uji Reabilitas.....	61
Tabel 4.11	Durbin Watson.....	62
Tabel 4.12	Nilai Statistik Kolinearitas.....	63
Tabel 4.13	Tabel Analisis Regresi Linear Berganda.....	65
Tabel 4.14	Tabel Nilai Koefisien Determinasi.....	66
Tabel 4.15	Tabel Uji F (Anova).....	67
Tabel 4.16	Tabel Uji t (Parsial).....	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen.....	20
Gambar 2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	24
Gambar 3.1 Kurva Penerimaan dan Penolakan Hipotesis Secara Simultan.....	44
Gambar 3.2 Kurva Penerimaan dan Penolakan Hipotesis Secara Parsial.....	46
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	49
Gambar 4.2 Gambar Scatterplot.....	64
Gambar 4.3 Kurva Penerimaan dan Penolakan H_0	68
Gambar 4.4 Kriteria Daerah Penerimaan dan Penolakan Variabel Aktivitas (X1).	71
Gambar 4.5 Kriteria Daerah Penerimaan dan Penolakan Variabel Minat (X2).....	72
Gambar 4.6 Kriteria Daerah Penerimaan dan Penolakan Variabel Opini (X3).....	73

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Kuisisioner

Lampiran 2 Tabel Jawaban Kuesioner Responden

Lampiran 3 Realibilitas dan Validitas menggunakan SPSS 11.5 *for windows*

Lampiran 4 Uji Asumsi Klasik dan Uji Hipotesis menggunakan SPSS 11.5 *for windows*

Lampiran 5 Tabel F

Lampiran 6 Tabel t

**PENGARUH GAYA HIDUP (*LIFESTYLE*) TERHADAP KOMITMEN
PELANGGAN DALAM MENGGUNAKAN JASA FITNES PADA
THE BODY ART AEROBIC, FITNESS AND SWIMMING POOL
DI SURABAYA**

Oleh :

ROHMANDIAN
0642010111

ABSTRAKSI

Konsumen di dalam memilih dalam suatu produk jasa dipengaruhi oleh faktor perilaku. Karena suatu kebutuhan konsumen memutuskan menggunakan suatu produk, perkembangan trend memiliki tubuh yang sehat dan pentingnya kesehatan berkembang kalangan masyarakat dewasa ini yang mulai sadar akan kebutuhan badan yang sehat dan bugar menjadi dasar bagi pengusaha di bidang jasa alat kebugaran dan sarana fitnes membidik pangsa pasar yang potensial ini. Para pemasar harus memahami mengapa dan bagaimana konsumen mengambil keputusan untuk menjadi member di perusahaan tersebut sehingga pemasar yang mengerti perilaku konsumen akan mampu memperkirakan bagaimana kecenderungan konsumen untuk bereaksi terhadap jasa yang diterimanya.

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah diatas dapat dirumuskan masalah sebagai berikut : Apakah gaya hidup (*lifestyle*) berpengaruh secara simultan dilihat dari Aktivitas, Minat, Opini terhadap komitmen pelanggan dalam menggunakan jasa fitnes pada *The Body Art Aerobic, Fitness and Swimming Pool* ?. Apakah gaya hidup (*lifestyle*) berpengaruh secara parsial dilihat dari Aktivitas, Minat, Opini terhadap komitmen pelanggan dalam menggunakan jasa fitnes pada *The Body Art Aerobic, Fitness and Swimming Pool* ?.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah keseluruhan pelanggan pada bulan Maret 2010 sampai dengan Mei 2010 sebanyak 162 orang pada *The Body Art Aerobic, Fitness and Swimming Pool* di Surabaya. Karena 162 pelanggan tersebut merupakan member-member yang aktif dan hadir dalam mengikuti fitnes pada *The Body Art Aerobic, Fitness and Swimming Pool* di Surabaya. Adapun metode dan pemilihan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampel nonprobabilitas (*Non probability Sampling*) dengan jumlah sampel 115 orang. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dengan uji F dan uji t.

Hasil penelitian secara simultan dengan menggunakan uji F menunjukkan adanya pengaruh secara signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat, terbukti dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$. Dari data yang ada menunjukkan bahwa variabel bebas Gaya Hidup dilihat dari Aktifitas (X1), Minat (X2), Opini (X3) berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat yaitu Komitmen Pelanggan (Y). Secara parsial variabel Aktifitas (X1) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Komitmen Pelanggan (Y), dan variabel Minat (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Komitmen Pelanggan (Y), dan variabel Opini (X3) berpengaruh signifikan terhadap variabel Komitmen Pelanggan (Y).

Keywords : Aktifitas (X1), Minat (X2), Opini (X3) dan Komitmen Pelanggan (Y).

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Masalah

Banyak orang yang tinggal dan bekerja di kota besar merasa bahwa program olahraga merupakan beban yang sangat sulit dilaksanakan mulai dari waktu, biaya, dan tempat. Sehingga keinginan untuk berolahraga sangatlah jarang, dan sekarang banyak bermunculan tempat kebugaran yang menyediakan fasilitas yang sangat banyak sehingga pelanggan nyaman dan betah untuk berolahraga, keputusan konsumen dalam memilih tempat kebugaran tersebut dipengaruhi oleh kelas dan fasilitas yang dipilih sehingga mencerminkan gaya hidupnya. Semakin mahal kelas dan fasilitas yang dipilih semakin tinggi pula gaya hidupnya, sebelum memutuskan untuk memilih pusat kebugaran biasanya calon pelanggan seringkali bertanya tentang fasilitas-fasilitas yang diperoleh dan berkaitan dengan keistimewaan fasilitas tempat kebugaran yang akan dipilihnya.

Pelanggan sebagai mitra bagi pemasar merupakan peran sentral untuk keberlangsungan, kepuasan konsumen bahkan dapat dijadikan dasar untuk pengembangan keunggulan yang kompetitif dan berkelanjutan. Seorang pelanggan yang puas akan menjadi aset yang sangat bernilai bagi suatu organisasi. Dipertahankannya pelanggan yang puas, dapat mengurangi usaha mencari pelanggan baru dan memberikan umpan balik yang positif kepada organisasi. selain itu ada

kepercayaan yang kuat bahwa kepuasan mempunyai hubungan positif dengan profitabilitas.

Dalam kehidupan sehari-hari istilah kepuasan sering dibicarakan tetapi sulit untuk dicapai. Untuk memperoleh pelanggan yang puas tidaklah mudah, pemasar sering tertipu oleh perilaku konsumen yang kelihatannya puas tetapi jauh dari lubuk hatinya tidak puas. Penyebabnya adalah kepuasan sebenarnya merupakan sesuatu fenomena yang psikologis yang berhubungan dengan perilaku. Fenomena kesikapian yang berkorelasi dengan perilaku dibentuk oleh proses psikologis pelanggan, sehingga kepuasan pelanggan ini menarik untuk dikaji lebih jauh, terutama jika dikaitkan dengan variabel-variabel yang dapat membuat pelanggan puas sepenuhnya kepada jasa tertentu.

Dewasa ini pusat perhatian bergeser, lebih dari merancang strategi untuk menarik pelanggan baru dan menciptakan transaksi dengan mereka, Perusahaan sekarang berusaha sebaik-baiknya untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada dan membina hubungan jangka panjang dengan pelanggan atau lebih dikenal dengan istilah *relationship marketing*. *Relationship marketing* merupakan pengenalan setiap pelanggan secara lebih dekat dengan menciptakan suatu komunikasi dua arah dengan mengelola suatu hubungan yang saling menguntungkan antara pelanggan dan perusahaan.

Relationship marketing menunjukkan adanya peningkatan hubungan antara perusahaan dengan pelanggan-pelanggannya. Jadi pelanggan bukan hanya sebagai pembeli saja, tetapi sudah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari perusahaan dalam melakukan bisnis. Kepercayaan adalah keinginan untuk menggantungkan diri

pada mitra bertukar yang dipercayai. Kepercayaan sebagai keyakinan pelanggan akan kualitas dan keandalan pelayanan yang ditawarkan oleh suatu organisasi. Komitmen sebagai keinginan untuk mempertahankan nilai *relationship*. Para konsumen banyak mempertimbangkan faktor-faktor seperti kecepatan transaksi pada pembelian suatu produk, kualitas produk, keramahan pelayanan dan lokasi sebagai kriteria pada saat mereka menyeleksi suatu produk.

The Body Art Aerobic, Fitness and Swimming Pool adalah salah satu usaha jasa yang menawarkan bisnis kebugaran melalui berolahraga. Bisnis ini bermula karena permintaan pasar di mana konsumen menginginkan badan yang sehat dan bugar serta proposional sesuai dengan tinggi badan dan berat badan yang diinginkan.

Konsumen di dalam memilih dalam suatu produk jasa dipengaruhi oleh faktor perilaku. Karena suatu kebutuhan konsumen memutuskan menggunakan suatu produk, perkembangan trend memiliki tubuh yang sehat dan pentingnya kesehatan berkembang kalangan masyarakat dewasa ini yang mulai sadar akan kebutuhan badan yang sehat dan bugar menjadi dasar bagi pengusaha di bidang jasa alat kebugaran dan sarana fitnes membidik pangsa pasar yang potensial ini. Sehingga para pemasar wajib memahami keragaman dan kesamaan konsumen atau perilaku konsumen agar mereka mampu memasarkan produknya dengan baik. Para pemasar harus memahami mengapa dan bagaimana konsumen mengambil keputusan untuk menjadi member di perusahaan tersebut sehingga pemasar yang mengerti perilaku konsumen akan mampu memperkirakan bagaimana kecenderungan konsumen untuk bereaksi terhadap jasa yang diterimanya. Dengan pemasar memahami perilaku konsumen akan mampu mempengaruhi perilaku konsumen sesuai dengan apa yang

diinginkan pemasar. Mempengaruhi perilaku konsumen adalah mempengaruhi pilihan konsumen agar mereka mau memilih produk atau jasa yang ditawarkan atau konsumen memutuskan menggunakan jasa tersebut.

Para member di *The Body Art Aerobic, Fitness and Swimming Pool* ini rata-rata mereka yang masih menempuh kuliah dan mereka yang sudah bekerja, Karena di usia dewasa ini banyak dari mereka yang sangat mementingkan kesehatan serta untuk menjaga penampilan agar terlihat menarik. Oleh karena itu banyak dari mereka yang sangat menjaga pola hidup sehat dan gaya hidup mereka turut mempengaruhi mereka untuk bepergian ke pusat kebugaran.

Tujuan mereka datang ke tempat kebugaran ini sangat bervariasi, ada yang ingin membentuk tubuhnya agar lebih terlihat menarik dan ada juga yang ingin menurunkan berat badan mereka agar lebih terlihat menarik, dan ada pula yang datang hanya sekedar untuk berkumpul dengan para komunitasnya. dan penulis meneliti tentang gaya hidup dilihat dari Aktivitas, Minat, Opini apakah berpengaruh terhadap komitmen pelanggan dalam menggunakan jasa fitness pada *The Body Art Aerobic, Fitness and Swimming Pool* di Surabaya.

Namun untuk menghadapi persaingan di dalam merebut perhatian konsumen masih memiliki kendala dimana pada saat malam hari kondisi di *The Body Art Fitness dan Aerobic* ini sangat ramai. Hal ini disebabkan karena para member di tempat ini adalah rata-rata mereka yang sudah bekerja sehingga di pagi sampai sore hari mereka tidak mempunyai waktu untuk berolahraga karena padatnya aktivitas. Setelah selesai bekerja itulah mereka langsung datang dan berolahraga sehingga kondisi nya lebih ramai di bandingkan dengan pagi ataupun siang hari.

Sehingga para member yang melakukan aktivitas fitnessnya menjadi terhambat atau terbuang waktunya. Dan mereka kurang terbentuk kepercayaan dan komitmennya terhadap *The Body Art Aerobic, Fitness and Swimming Pool*. Sehingga komitmen pada jasa dan niat untuk melakukan penggunaan ulang terhadap jasa yang diberikan yang tersebut akan kurang terbentuk.

Berdasarkan pada latar belakang diatas maka peneliti ingin mengetahui **Pengaruh Gaya Hidup (*Lifestyle*) Terhadap Komitmen Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Fitness pada *The Body Art Aerobic, Fitness and Swimming Pool* di Surabaya.**

1.2 Perumusan Masalah.

Berdasarkan uraian pada latar belakang diatas, peneliti berkeinginan mengangkat permasalahan yang dianggap mendasar yaitu :

1. Apakah gaya hidup (*lifestyle*) berpengaruh secara simultan dilihat dari Aktivitas, Minat, Opini terhadap komitmen pelanggan dalam menggunakan jasa fitness pada *The Body Art Aerobic, Fitness and Swimming Pool* di Surabaya.
2. Apakah gaya hidup (*lifestyle*) berpengaruh secara parsial dilihat dari Aktivitas, Minat, Opini terhadap komitmen pelanggan dalam menggunakan jasa fitness pada *The Body Art Aerobic, Fitness and Swimming Pool* di Surabaya.

1.3. Tujuan Penelitian :

Dari latar belakang dan perumusan masalah dapat dikemukakan tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh gaya hidup (*Lifestyle*) secara simultan dilihat dari Aktivitas, Minat, Opini terhadap komitmen pelanggan dalam menggunakan jasa Fitnes pada *The Body Art Aerobic, Fitness and Swimming Pool* di Surabaya.
2. Untuk menganalisis pengaruh gaya hidup (*Lifestyle*) secara parsial dilihat dari Aktivitas, Minat, Opini terhadap komitmen pelanggan dalam menggunakan jasa Fitnes pada *The Body Art Aerobic, Fitness and Swimming Pool* di Surabaya

1.4. Manfaat Penelitian :

Adapun kegunaan dan manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan.

Dapat mengkonfirmasi para pelanggan dalam menggunakan Jasa Fitness di *The Body Art Aerobic, Fitness and Swimming Pool* di Surabaya.

2. Bagi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Sebagai penambah pembendaharaan kepustakaan di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang dapat dipergunakan sebagai acuan dalam penelitian selanjutnya tentang pengaruh gaya hidup (*Lifestyle*) Terhadap

Komitmen Pelanggan Menggunakan Jasa Fitnes *The Body Art Aerobic, Fitness and Swimming Pool* di Surabaya.

3. Bagi Penulis

Penelitian ini merupakan alat atau sarana yang baik untuk menerapkan teori-teori yang penulis terima di bangku perkuliahan dengan penerapannya di masyarakat dengan kenyataan yang ada, serta sebagai wujud Darma Bakti kepada perguruan tinggi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur pada umumnya dan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis pada khususnya.